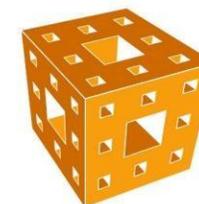


expertemprende

® **novo|iniciativa**



VUCA

Volatilidad

Velocidad con que cambia el entorno

Incertidumbre

Dificultad para anticiparse a nuevos acontecimientos

Complejidad

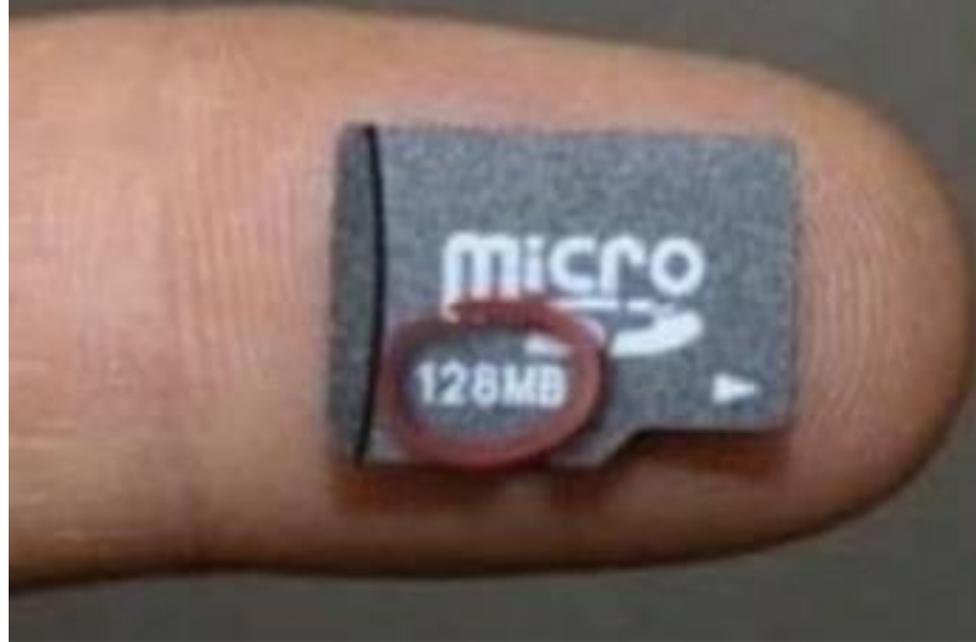
Proliferación de factores críticos que afectan a la toma de decisiones

Ambigüedad

Dificultad para interpretar los acontecimientos y su impacto sobre nuestra actividad



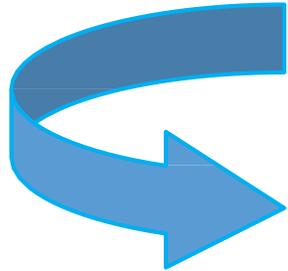
2006



2016



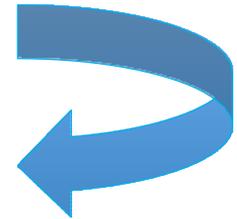
MODELO DE NEGOCIOS



- dinámico
- valor de la idea

VS

PLAN DE EMPRESA



- estático
- viabilidad de la idea

EMPRESA

MERCADO



①

DIBUJA EL
LIENZO EN
UN PÓSTER

②

CUELGA
EL LIENZO
EN LA
PARED

③

ESBOZA
EL MODELO
DE NEGOCIO



9 Bloques de construcción

1. Clientes



¿Para quién estamos creando valor?

30llin
Instituto Nacional de Geriatria Medicina
PEGI 3
Nessun dispositivo disponibile.
Aggiungi alla lista desideri
Installa

Nombre de usuario
E-mail
Contraseña
REGISTRAR INICIAR
30llin-Test
[RESABLECER CONTRASEÑA]

Lista de pacientes +
BENJAMIN Franklin
JORGE negrete

Expediente
Benjamin Franklin
44 años [ACTUALIZAR]
CONTROL PRUEBAS
Actualización: 15/10/2017
Peso: 67 kg
Altura: 163 cm
Cintura: 70 cm
Frecuencia cardiaca: 120 bpm
Presión sistólica: 1282 mm Hg
Presión diastólica: 12524 mm Hg
ÚLTIMOS REGISTROS

Pruebas
Be
44

Una persona mayor con propensión a las caídas.

Un familiar que cuida de esta persona.

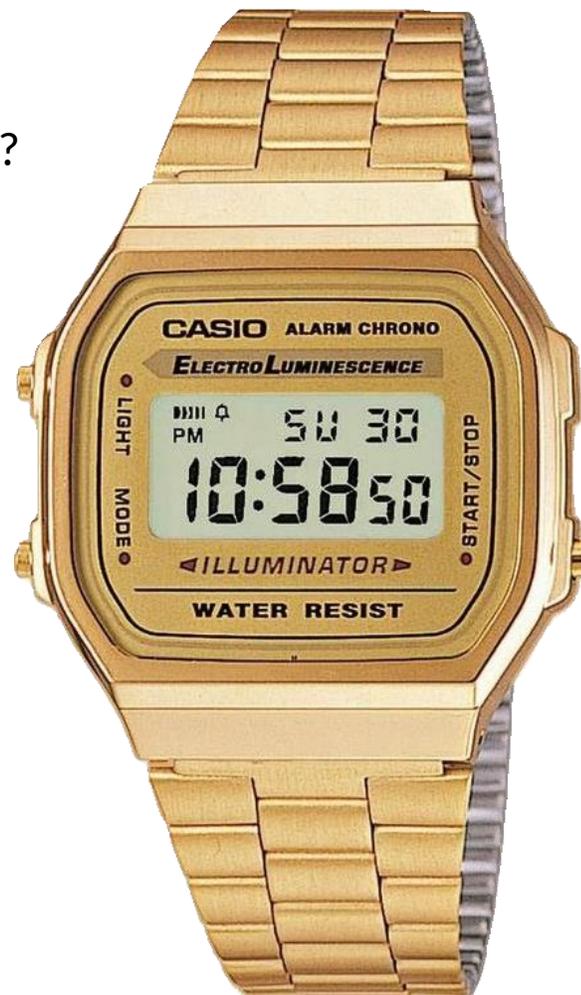
Un centro de personas mayores para mejorar sus servicios.

Un centro médico para recibir información sobre sus pacientes.

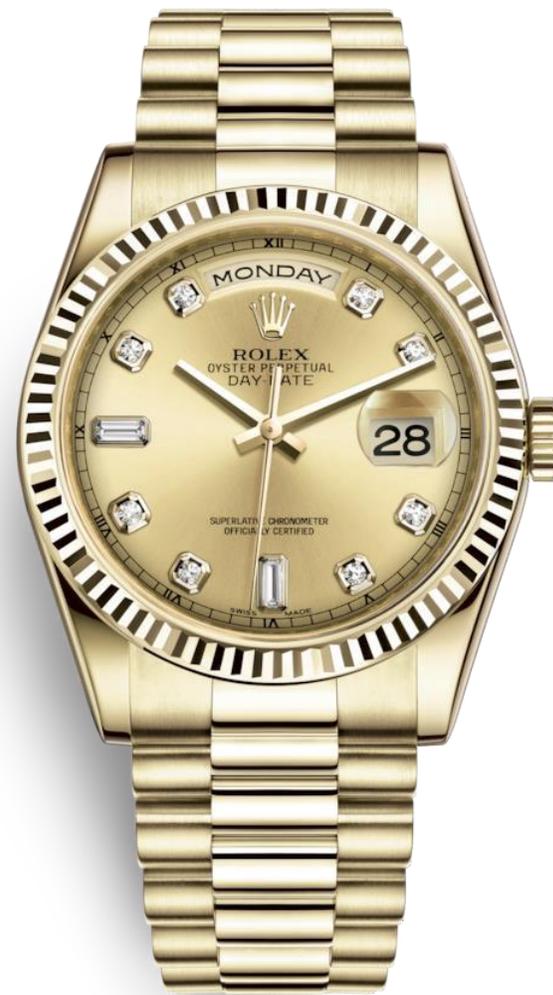
...

1. Clientes

¿Para quién estamos creando valor?



49,95 €



31.800 €



Mercado de masas



Nicho de mercado



Mercado segmentado



Mercado diversificado



Plataformas multilaterales



1. Clientes

¿Para quién estamos creando valor?

05 : 00

Quién es, qué problema quiere resolver, que le motiva, quién le influye, qué es importante para él/ella, están dispuestos a pagar por resolver su problema?...



B. M. C. **NETFLIX**

SOCIOS CLAVE

ACTIVIDADES CLAVE

PROPUESTA DE VALOR

RELACIONES CON CLIENTES

SEGMENTOS DE CLIENTES

FAMILIAS

INDIVIDUOS

CONSUMIDORES DE CONTENIDO

RECURSOS CLAVE

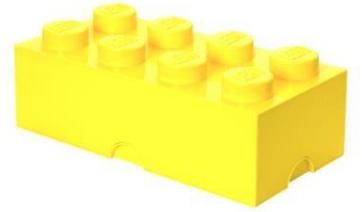
CANALES

ESTRUCTURA DE COSTOS

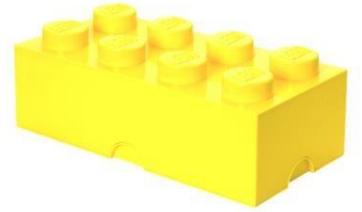
FUENTE DE INGRESOS

2. Propuesta de valor

¿Cuál es nuestra solución y en qué se diferencia?



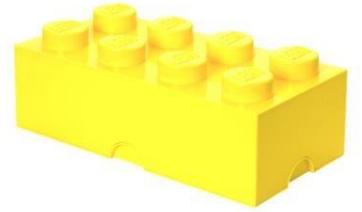
2. Propuesta de valor



¿Cuál es nuestra solución y en qué se diferencia?



2. Propuesta de valor



¿Cuál es nuestra solución y en qué se diferencia?

A screenshot of the Instagram mobile app interface. On the left, two smartphones are shown: the front one displays the camera interface with a blue shutter button, and the back one shows a photo gallery. The main part of the image is a dark blue header with the Instagram logo and a white 'Entrar' button. Below the header is a white box containing the text: 'Captura y comparte momentos con gente de todo el mundo', followed by a description of the app's features and a '¡Ah, sí!, ¿ya hemos dicho que es gratis?' line. At the bottom, there are two buttons: 'Consíguelo en el App Store' and 'DISPONIBLE EN Google play'.

Novedad



Precio



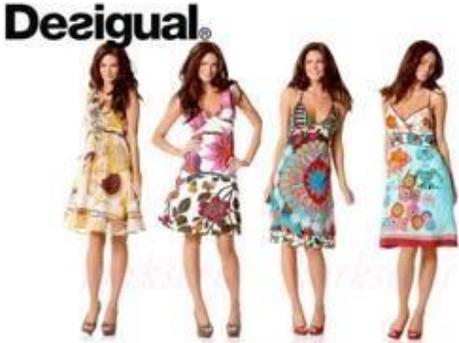
Mejora del rendimiento



Personalización



Diseño

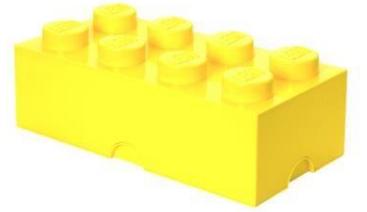


Marca/estatus



2. Propuesta de valor

¿Cuál es nuestra oferta distintiva?



05 : 00



B. M. C. **NETFLIX**

SOCIOS CLAVE

ACTIVIDADES CLAVE

PROPUESTA DE VALOR

RELACIONES CON CLIENTES

SEGMENTOS DE CLIENTES

PERSONALIZACIÓN

PRECIO

VARIEDAD

FLEXIBILIDAD

FAMILIAS

INDIVIDUOS

CONSUMIDORES DE CONTENIDO

RECURSOS CLAVE

CANALES

ESTRUCTURA DE COSTOS

FUENTE DE INGRESOS

3. Canales

¿Cómo se entrega la propuesta de valor al cliente?



Tipos de canal		Fases de canal				
Propio	Equipo comercial	1. Información ¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?	2. Evaluación ¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?	3. Compra ¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?	4. Entrega ¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?	5. Posventa ¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?
	Ventas en internet					
	Tiendas propias					
Socio	Tiendas de socios					
	Mayorista					

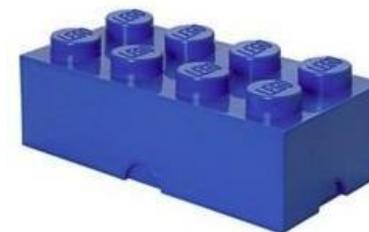
- ¿Qué canales prefieren tus clientes?
- ¿Cuáles tienen mejores resultados?
- ¿Cuáles son más rentables?

3. Canales



3. Canales

¿Cómo se entrega la propuesta de valor al cliente?



05 : 00



B. M. C. **NETFLIX**

SOCIOS CLAVE

ACTIVIDADES CLAVE

PROPUESTA DE VALOR

RELACIONES CON CLIENTES

SEGMENTOS DE CLIENTES

PERSONALIZACIÓN

PRECIO

VARIEDAD

FLEXIBILIDAD

FAMILIAS

INDIVIDUOS

CONSUMIDORES DE CONTENIDO

RECURSOS CLAVE

CANALES

WEB

PLATAFORMA

APP

ESTRUCTURA DE COSTOS

FUENTE DE INGRESOS

4. Relación con los clientes



¿Qué tipo de vínculo creamos con el cliente?

Asistencia personal



Asistencia personal exclusiva



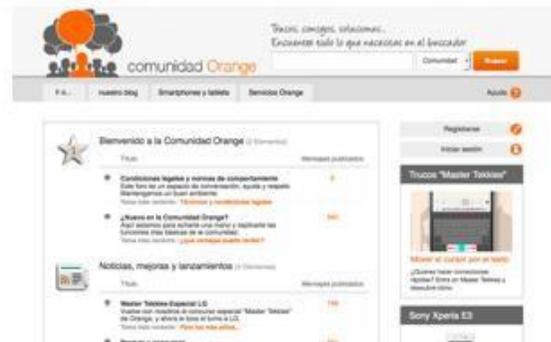
Autoservicio



Servicios automáticos



Comunidades



Creación colectiva



4. Relación con los clientes



4. Relación con los clientes

¿Qué tipo de vínculo creamos con el cliente?



05 : 00



B. M. C. **NETFLIX**

SOCIOS CLAVE

ACTIVIDADES CLAVE

PROPUESTA DE VALOR

RELACIONES CON CLIENTES

SEGMENTOS DE CLIENTES

PERSONALIZACIÓN

WEB

FAMILIAS

RECOMENDACIONES CONSUMIDORES

PRECIO

INDIVIDUOS

RECURSOS CLAVE

VARIEDAD

CANALES

WEB

PLATAFORMA

APP

CONSUMIDORES DE CONTENIDO

FLEXIBILIDAD

ESTRUCTURA DE COSTOS

FUENTE DE INGRESOS

5. Flujos de ingresos

¿De qué forma ganamos dinero?

Cuánto están dispuestos a pagar por la propuesta de valor?



vodafone ES 12:24

Atrás Castuera

Horas Días

Hoy 15 de noviembre

18° 9° 7km/h 0mm

Mañana 16 de noviembre

18° 9° 11km/h 0mm

Sábado 17 de noviembre

18° 8° 11km/h 0mm

Domingo 18 de noviembre

13° 8° 14km/h 2.6mm

Lunes 19 de noviembre

13° 7° 11km/h 3.4mm

Martes 20 de noviembre

Philips HC5100/15 - Cortapelos Serie 5000 co...
25,50 € prime Añadir a la cesta



5. Flujos de ingresos



¿De qué forma ganamos dinero?

Cuánto están dispuestos a pagar por la propuesta de valor?

Venta de activos



Cuota por uso



Cuota de suscripción



Préstamo/alquiler



Concesión de licencias



Gastos de corretaje



Publicidad



5. Flujos de ingresos

¿De qué forma ganamos dinero?

Cuánto están dispuestos a pagar por la propuesta de valor?



05 : 00



B. M. C. **NETFLIX**

SOCIOS CLAVE

ACTIVIDADES CLAVE

PROPUESTA DE VALOR

RELACIONES CON CLIENTES

SEGMENTOS DE CLIENTES

PERSONALIZACIÓN

WEB

FAMILIAS

PRECIO

RECOMENDACIONES CONSUMIDORES

INDIVIDUOS

RECURSOS CLAVE

VARIEDAD

CANALES

WEB

PLATAFORMA

APP

CONSUMIDORES DE CONTENIDO

FLEXIBILIDAD

ESTRUCTURA DE COSTOS

FUENTE DE INGRESOS

SUBSCRIPCIONES

6. Actividades clave

¿Qué acciones críticas debemos realizar para que nuestro negocio funcione?



Diseño, fabricación, gestionar información, contar con tecnología, buscar un local, contratar un seguro, buscar profesionales, mantener licencias de software, crear una red de distribuidores...

6. Actividades clave

¿Qué acciones críticas debemos realizar para que nuestro negocio funcione?



05 : 00

B. M. C. **NETFLIX**

SOCIOS CLAVE

ACTIVIDADES CLAVE

DESARROLLO PLATAFORMA

PRODUCCIÓN CONTENIDOS

MARKETING

RECURSOS CLAVE

PROPUESTA DE VALOR

PERSONALIZACIÓN

PRECIO

VARIEDAD

FLEXIBILIDAD

RELACIONES CON CLIENTES

WEB

RECOMENDACIONES CONSUMIDORES

CANALES

WEB

PLATAFORMA

APP

SEGMENTOS DE CLIENTES

FAMILIAS

INDIVIDUOS

CONSUMIDORES DE CONTENIDO

ESTRUCTURA DE COSTOS

FUENTE DE INGRESOS

SUBSCRIPCIONES

7. Recursos clave



¿Qué recursos necesitamos para que esto funcione, para que tu idea llegue a su punto de venta?

Pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos, propios, alquilados...

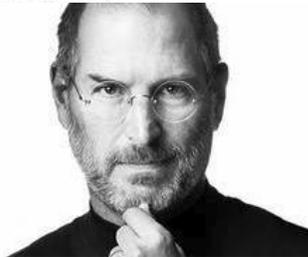


Físicos

En esta categoría se incluyen los activos físicos, como instalaciones de fabricación, edificios, vehículos, máquinas, sistemas, puntos de venta y redes de distribución

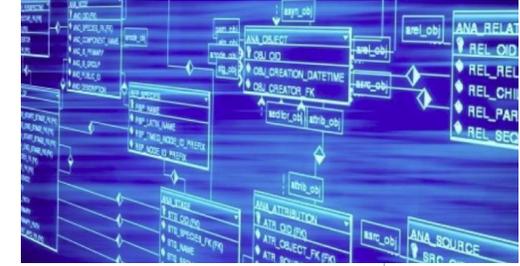
Humanos

Todas las empresas necesitan recursos humanos, aunque en algunos modelos de negocio las personas son más importantes que en otros como es en caso de la empresas creativas.



Intelectuales

Como las marcas, información privada, patentes, derechos de autor, asociaciones y bases de datos de clientes



Económicos

Algunos modelos de negocio requieren recursos o garantías económicos, como dinero en efectivo, líneas de crédito o una cartera de opciones sobre acciones, para contratar a empleados clave.

7. Recursos clave

¿Qué recursos necesitamos para generar la propuesta de valor, hacerla llegar al cliente, relacionarnos con ellos/ellas y generar ingresos ?



05 : 00

B. M. C. **NETFLIX**

SOCIOS CLAVE

ACTIVIDADES CLAVE

DESARROLLO PLATAFORMA

PRODUCCIÓN CONTENIDOS

MARKETING

RECURSOS CLAVE

HUMANOS

INTELECTUALES

PROPUESTA DE VALOR

PERSONALIZACIÓN

PRECIO

VARIEDAD

FLEXIBILIDAD

RELACIONES CON CLIENTES

WEB

RECOMENDACIONES CONSUMIDORES

CANALES

WEB

PLATAFORMA

APP

SEGMENTOS DE CLIENTES

FAMILIAS

INDIVIDUOS

CONSUMIDORES DE CONTENIDO

ESTRUCTURA DE COSTOS

FUENTE DE INGRESOS

SUBSCRIPCIONES

8. Socios/as clave

Alianzas para optimizar los modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos.

¿Qué alianzas críticas debemos concretar para que el modelo de negocios funcione?

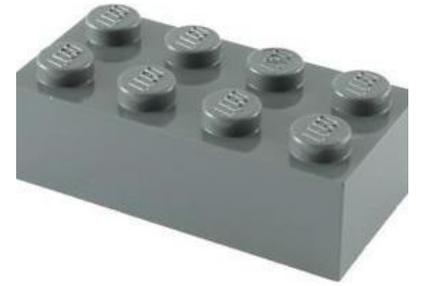




8. Socios/as clave

Alianzas para optimizar los modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos.

¿Qué alianzas críticas debemos concretar para que el modelo de negocios funcione?



05 : 00

B. M. C. **NETFLIX**

SOCIOS CLAVE

PRODUCTORAS

DISTRIBUIDORAS

ACTIVIDADES CLAVE

DESARROLLO PLATAFORMA

PRODUCCIÓN CONTENIDOS

MARKETING

RECURSOS CLAVE

HUMANOS

INTELECTUALES

PROPUESTA DE VALOR

PERSONALIZACIÓN

PRECIO

VARIEDAD

FLEXIBILIDAD

RELACIONES CON CLIENTES

WEB

RECOMENDACIONES CONSUMIDORES

CANALES

WEB

PLATAFORMA

APP

SEGMENTOS DE CLIENTES

FAMILIAS

INDIVIDUOS

CONSUMIDORES DE CONTENIDO

ESTRUCTURA DE COSTOS

FUENTE DE INGRESOS

SUBSCRIPCIONES

9. Estructura de costes

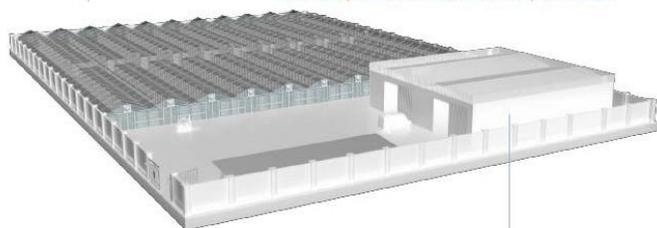
¿Cuáles son los costes más relevantes del negocio?



11 Invernaderos



Nave de producción de harina y almacén



9. Estructura de costes

¿Cuáles son los costes más relevantes del negocio?



05 : 00



B. M. C. **NETFLIX**

SOCIOS CLAVE

PRODUCTORAS

DISTRIBUIDORAS

ACTIVIDADES CLAVE

DESARROLLO PLATAFORMA

PRODUCCIÓN CONTENIDOS

MARKETING

RECURSOS CLAVE

HUMANOS

INTELECTUALES

PROPUESTA DE VALOR

PERSONALIZACIÓN

PRECIO

VARIEDAD

FLEXIBILIDAD

RELACIONES CON CLIENTES

WEB

RECOMENDACIONES CONSUMIDORES

CANALES

WEB

PLATAFORMA

APP

SEGMENTOS DE CLIENTES

FAMILIAS

INDIVIDUOS

CONSUMIDORES DE CONTENIDO

ESTRUCTURA DE COSTOS

DERECHOS DE AUTOR

SOPORTE PLATAFORMA

MARKETING

FUENTE DE INGRESOS

SUBSCRIPCIONES

¿Cómo es vuestro canvas?

